

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4774/Kom-D/SD-S1/2021

**PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA PROVINSI
SUMATERA BARAT DALAM MEMPERTAHANKAN
BRAND IMAGES SELAMA MASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:**DISYA FATRIANA****NIM. 11743201401**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Strategi Humas Dinas Pariwisata Sumatera Barat dalam Meningkatkan Brand Images Selama Masa Pandemi

Disusun Oleh:

Disya Fatriana

11743201401

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 26 April 2021

Mengetahui:
Pembimbing,

Rohayati, S.Sos, M.I.Kom
NIP.198808012020122018

Mengetahui:
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196911181996032001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Disya Fatriana
NIM : 11743201401
Judul : Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam mempertahankan Brand Images Selama Masa Pandemi Covid-19

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 22 Juli 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Juli 2021

Dekan,

Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D
NIP.19811118200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. Elfiandri, M.Si
NIP.197003121997031006

Yefni, S.Ag., M.Si
NIP.197009142014112001

Penguji III,

Penguji IV,

Musfialdy, S.Sos., M.Si
NIP.197212012000031003

Mardhiah Rubani, M.Si
NIP.197903022007012023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

NAMA : Disya Fatriana

NIM : 11743201401

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

“PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA PROVINSI SUMATERA BARAT DALAM MEMPERTAHANKAN *BRAND IMAGES* SELAMA MASA PANDEMI COVID-19”

Adalah betul-betul karya sendiri. Hal – hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut ditunjukkan dalam *footnote* dan daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 22 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Disya Fatriana

NIM. 11743201401



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

Pekanbaru, 26 April 2021

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-

Tempat.
Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.
Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan
sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Disya Fatriana

NIM : 11743201401

Judul Skripsi : Strategi Humas Dinas Pariwisata Sumatera Barat dalam
Meningkatkan *Brand Images* Selama Masa Pandemi

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk
dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat
dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan
Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak,
diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Pembimbing,

Rohayati, S.Sos, M.I.Kom
NIP.198808012020122018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Disya Fatriana
NIM : 11743201401
Judul : Strategi Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan *Brand Images* Selama Masa Pandemi

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 11 Desember 2020

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 11 Desember 2020

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Rafdaedi, S.Sos.I.,M.A
NIP. 198212252011011011

Penguji II,

Edison, M.I.Kom
NIK. 130417082

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Disya Fatriana
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Mempertahankan Brand Images Selama Masa Pandemi Covid-19

Pariwisata menjadi salah satu unggulan pemerintah dan merupakan bagian dari kehidupan manusia yang tidak terpisahkan. Dalam perkembangannya sektor pariwisata menghadapi realita yang sedang terjadi dengan kehadiran Pandemi Covid-19. Hal ini menjadi tantangan yang berat bagi pariwisata yang memiliki sensitifitas terhadap peristiwa. Pariwisata Provinsi Sumatera Barat menunjukkan kesiapan dalam membuka pariwisata di masa new normal selama masa pandemi Covid-19. Untuk itu Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera barat memiliki perencanaan komunikasi untuk mempertahankan *Brand Images* selama masa pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam mempertahankan *Brand Images* selama masa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni data yang diperoleh digambarkan dengan kata-kata atau kalimat secara sistematis, faktual, akurat mengenai fenomena penelitian berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti. Melalui metode ini, penulis ingin mendeskripsikan Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. Temuan penelitian berdasarkan konsep perencanaan komunikasi *Cutlip* dan *Center* menghasilkan bahwa perencanaan komunikasi yang dilakukan dengan penemuan fakta, perencanaan, aksi komunikasi dan evaluasi dari Dinas Pariwisata Sumatera Barat dalam mempertahankan *Brand Images* selama masa pandemi Covid-19 yaitu dengan melakukan kerjasama dengan berbagai pihak terkait, membentuk team kreatif, membuat konten dan menggunakan media sosial seperti Youtube: Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, Instagram: @dispar.sumbar, Facebook: Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, dan Website: Dispar.sumbarprov.go.id.

Kata kunci: Perencanaan Komunikasi, *Brand Images*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Disya Fatriana
Department : Communication
Title : Communication Planning of the West Sumatra Province Tourism Office in Maintaining Brand Images During the Covid-19 Pandemic

Tourism is one of the mainstays of the government and is an inseparable part of human life. In its development the tourism sector is facing the reality that is happening with the presence of the Covid-19 Pandemic. This is a formidable challenge for tourism which is sensitive to events. West Sumatra Province Tourism shows readiness to open tourism in the new normal period during the Covid-19 pandemic. For this reason, the West Sumatra Provincial Tourism Office has a communication plan to maintain Brand Images during the Covid-19 pandemic. This study aims to find out how the communication planning of the West Sumatra Provincial Tourism Office in maintaining Brand Images during the covid-19 pandemic. This study uses a qualitative descriptive method, namely the data obtained is described in words or sentences in a systematic, factual, accurate way about the research phenomenon based on the results of interviews, observations, and documentation conducted by researchers. Through this method, the author wants to describe the Communication Planning of the Tourism Office of West Sumatra Province. Research findings based on the Cutlip and Center communication planning concept resulted that communication planning was carried out by finding facts, planning, communication actions and evaluations from the West Sumatra Tourism Office in maintaining Brand Images during the Covid-19 pandemic, namely by collaborating with various related parties, forming creative team, create content and use social media such as Youtube: West Sumatra Provincial Tourism Office, Instagram: @dispar.sumbar, Facebook: West Sumatra Provincial Tourism Office, and Website: Dispar.sumbarprov.go.id.

Keywords: Communication Planning, Brand Images

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَبَرَكَاتُهُ اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى نَبِيِّكَ مُحَمَّدٍ

Alhamdulillahirabbilalamin penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, dan hidayahnya kepada penulis. Dan *Shalawat* beriring salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Mempertahankan *Brand Images* Selama Masa Pandemi Covid-19”**

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademis dalam menyelesaikan Studi Program Sarjana S1 pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam Penulisan Skripsi penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan pengalaman penulis. Namun banyak pihak yang mendorong dan memberikan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan khusus kepada ayahanda **Suparyanto, S.H** dan ibunda **Arwita**. Terima kasih atas segala cinta, kasih sayang, do'a, inspirasi serta dukungan yang selama ini tercurah kepada penulis. Selama penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan dengan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

Bapak Prof. Dr. H. Khairunnas Rajab, M.Ag., Sebagai Rektor UIN SUSKA RIAU.

Bapak Dr. Imron, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU.

Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU.
5. Bapak Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU.
6. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU.
7. Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU.
8. Ibu Rohayati, S.Sos, M.I.Kom selaku Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan dan masukan kepada penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku Penasehat Akademis yang telah banyak memberikan ilmu serta arahan dan bimbingan selama perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
10. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU yang telah memberikan ilmu yang berharga kepada penulis selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU.
12. Seluruh Staff dan Karyawan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat yang telah memberikan informasi untuk penulis selama penyusunan skripsi.
13. Terkhusus keluarga tercinta terutama Ayah, Bunda, dan Kakak tercinta serta seluruh Keluarga Besar yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis. Semoga semuanya senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
14. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 dan teman-teman seperjuangan Public Relations C. Terimakasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan saat menjalankan perkuliahan.
15. Seluruh crew radio Suska Fm, terimakasih atas kerjasama dan ilmu yang sudah diberikan selama ini kepada penulis.
16. Semua pihak serta sahabat-sahabat selama dibangku perkuliahan yang tidak dapat penulis sebut namanya satu persatu. Terimakasih telah memberi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dukungan dan motivasinya. Semoga semua dukungan dan motivasi yang telah diberikan menjadi amal baik serta mendapat ridho dan balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivator untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Aamiin yaa Rabbal 'Alamiin.*

Pekanbaru, 22 Juli 2021
Penulis

Disya Fatriana
NIM. 11743201401

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah	5
C. Ruang Lingkup Kajian	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Kajian Teori.....	9
B. Kajian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Sumber Data	25
D. Informan Penelitian	25
E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Validitas Data	26
G. Teknik Analisis Data	27
BAB IV GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat	29
B. Tugas, Fungsi dan Struktur Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat	29
C. Visi Misi Dinas Parwiwisata Provinsi Sumatera Barat	32
D. Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat	32



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

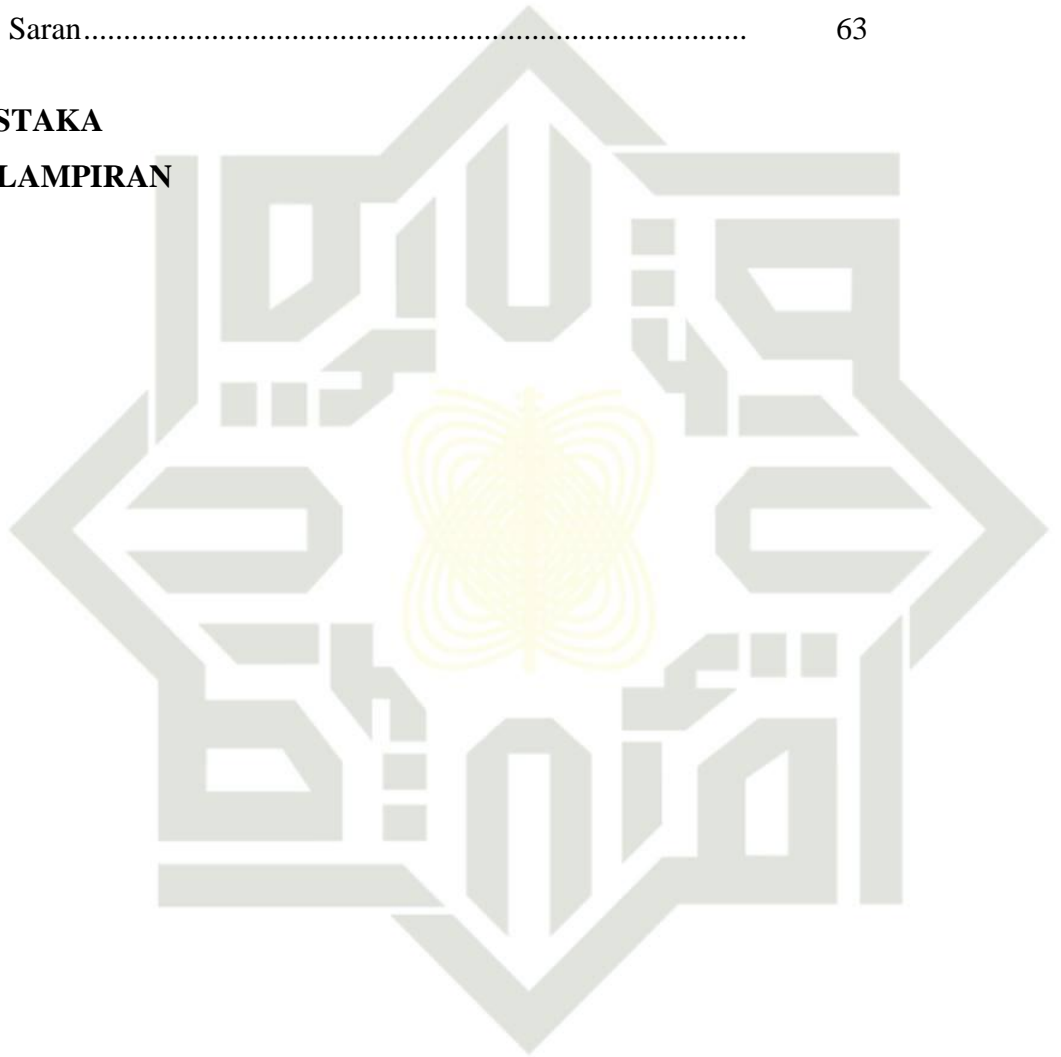
A. Hasil Penelitian	34
B. Pembahasan	54

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.....	31
Gambar 4.2	Logo Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.....	33
Gambar 5.1	Website Resmi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.....	57
Gambar 5.2	Akun Resmi Youtube Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.....	59
Gambar 5.3	Akun Resmi Instagram Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.....	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata menjadi salah satu unggulan pemerintah daerah pada beberapa tahun terakhir. Salah satunya provinsi Sumatera Barat yang memiliki potensi dengan kekayaan adat dan budaya minangkabau. Pariwisata Sumatera Barat memiliki peluang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional dengan objek wisata yang digemari masyarakat seperti wisata buatan, wisata kuliner, dan wisata religi. Munculnya wisata buatan seperti masyarakat yang berlomba-lomba membuat spot foto menarik di daerahnya untuk dijadikan sebagai tempat wisata, lain halnya dengan wisata kuliner yang memiliki makanan khas disetiap daerah sehingga mendorong kemajuan wisata kuliner. Dan wisata religi juga banyak digemari masyarakat yang dapat berkunjung ketempat peninggalan-peninggalan leluhur dan tokoh agama.

Namun dalam perkembangannya sektor pariwisata menghadapi realita yang sedang terjadi saat ini yaitu wabah pandemi covid-19. Sejak awal tahun 2020 dunia digemparkan oleh kehadiran virus covid-19 yang telah dinyatakan sebagai sebuah pandemi global oleh Badan Kesehatan Dunia. Pandemi Covid-19 menjadi tantangan yang benar-benar berat bagi pariwisata dunia tak terkecuali oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat karena industri pariwisata sensitif terhadap bencana alam dan krisis yang berdampak terhadap turun drastisnya minat publik dalam melakukan kunjungan wisata. Pandemi covid-19 mengakibatkan lemahnya aktivitas perekonomian. Berbagai aktivitas perekonomian mulai dari sektor pariwisata hingga perdagangan terpaksa harus ditutup. Hal ini mengikuti peraturan pemerintah untuk menerapkan social distancing untuk mengurangi interaksi dan campur baur pada masyarakat dalam rangka pemutusan rantai penyebaran covid-19.

Terhitung sejak awal tahun 2020 aktivitas wisatawan menurun. Hal ini dikarenakan banyak negara yang menghentikan penerbangan dan menerapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lockdown pada wilayahnya. Selama masa pandemi covid-19 berbagai aktivitas ekonomi seperti dari sektor pariwisata terpaksa diberhentikan. Hal ini menjadi tantangan bagi pemerintah untuk menggerakkan kembali keadaan ekonomi yang sedang melemah. Dengan keluarnya kebijakan seperti New Normal diharapkan dapat menstabilkan keadaan ekonomi kembali. Sehingga dalam hal Dinas Pariwisata perlu menambahkan gagasan atau terobosan terbaru untuk dapat mempertahankan Brand Images Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan unsur pelaksana Pemerintah di bidang kebudayaan dan pariwisata yang menjadi bagian dari tanggung jawab daerah, melaksanakan pengelolaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, hingga menjalankan fungsi lain yang terkait dengan tugas dan fungsinya. Tugas dinas pariwisata tersebut antara lain melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan bidang Pariwisata dan Kebudayaan dengan prinsip otonomi, desentralisasi dan tugas pembantuan. Selain tugas resmi dinas pariwisata juga mempunyai fungsi yaitu mengelola perumusan dan menetapkan kebijakan kepariwisataan, budaya, seni, film dan pemasaran. Menurut UU No. 22 tahun 1999 tentang penyelenggaraan otonomi daerah bahwa pemerintah daerah bertanggung jawab dalam mengembangkan dan mengelola semua potensi yang ada pada masing-masing daerahnya. Sektor pariwisata adalah salah satu potensi yang harus dikembangkan dan dikelola oleh Pemerintah Daerah.

Dalam hal ini *Brand* merupakan sarana yang dapat membedakan identitas suatu produk dengan kompetitornya. *Image* atau citra menurut Frank Jefkins mengungkapkan bahwa *Image* adalah sebuah kesan yang didapatkan berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta atau kenyataan yang ada.¹ Dengan sejarah kejayaan dan riwayat hidup lembaga, kesuksesan di sektor keuangan yang pernah di capai, kesuksesan ekspor, hubungan yang baik, reputasi, kesediaan ikut memikul tanggung jawab sosial,

¹ Frank Jefkins, *Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2004)h.20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan riset secara berkala dan lainnya merupakan faktor positif yang dapat meningkatkan *image* suatu lembaga.²

Setiap proses *branding* memerlukan sebuah strategi komunikasi yang kompleks karena untuk menghasilkan *brand image* yang kuat dan memiliki karakter diperlukan kajian mendalam sehingga mampu mengkomunikasikan keunggulan-keunggulan daerah di Pariwisata Sumatera Barat. Dalam mempertahankan *brand images* memerlukan sebuah perencanaan komunikasi untuk dapat mewujudkan komunikasi internal dan eksternal yang efektif. Sehingga Dinas Pariwisata Sumatera Barat membutuhkan perencanaan komunikasi tertentu untuk mendapat persetujuan dari pihak *stakeholder* dan dapat mencapai visi misi yang telah ditetapkan.

Perencanaan komunikasi berguna untuk mengambil keputusan oleh humas dalam melaksanakan setiap kegiatan. Sehingga Humas menjadi ujung tombak dalam memberikan pencitraan dan informasi yang besar agar Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat mendapat reputasi yang baik dimata publik. Citra positif sebuah daerah akan menjadi jaminan bagi pelaku bisnis dan investor untuk melakukan investasi di daerah tersebut. Karena setiap daerah yang memiliki *brand image* yang kuat akan menjadi berbeda dengan satu sama lainnya sehingga masing-masing daerah harus jeli dalam mencari apa yang menjadi keunikan daerah tersebut. Keberadaan humas dalam sebuah instansi merupakan suatu keharusan yang fungsional dalam rangka penyebaran tentang aktivitas instansi tersebut baik kedalam maupun keluar yaitu kepada masyarakat.³

Perencanaan komunikasi humas sangatlah penting, biasanya ada di bagian awal atau sebelum menentukan segala sesuatu memerlukan perencanaan. perencanaan sebagai fungsi manajemen dilakukan pada tahap pertama sebelum melaksanakan kebijakan, program dan kegiatan. Perencanaan komunikasi yang matang dapat menjaring kembali wisatawan untuk datang berwisata ke Sumatera Barat. Selama masa pandemi covid-19 ini menjadi

² M.Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara 2000)

³ H.A.W widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta: Bumi Aksara,2008)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tantangan sehingga perlu adanya perencanaan komunikasi dari Dinas Pariwisata Sumatera Barat yang dapat mengatasi berbagai persoalan. Oleh naan Komunikasi sebab itu diperlukan kajian mendalam terkait Perencanaan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam mempertahankan *brand image* selama masa pandemi covid-19 dalam hal ini dilakukan oleh Humas Dinas Pariwisata Sumatera Barat ke mata dunia sebagai sasaran utama wisatawan lokal maupun mancanegara.

Dengan mempertahankan *brand image* Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat akan memiliki perbedaan yang unik dari daerah lainnya serta dapat membangun identitas yang jelas karena humas harus berperan aktif dalam mensukseskan dan memberikan citra positif bagi lembaga dan mengembangkan sebuah *Branding*. Karena dalam mengembangkan *Branding* tentu tidak mudah dan dengan memperhatikan target jangka panjang. Keterlibatan Humas dalam mempersiapkan perencanaan komunikasi dalam mempertahankan *Brand Images* diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan diharapkan membawa peningkatan pendapatan masyarakat khususnya dan juga meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana Perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam mempertahankan *Brand Images* selama masa pandemi maka hal tersebut sangat menginspirasi penulis untuk melakukan kajian penelitian dengan judul **Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Mempertahankan *Brand Images* Selama Masa Pandemi Covid-19.**

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya keraguan dalam penafsiran istilah pada judul, maka penulis perlu untuk menjelaskan istilah-istilah tersebut agar dapat menjadi pedoman dalam penulisan selanjutnya.

1. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi ialah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

saja mencakup media massa dan komunikasi antar probadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu diantara dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan organisasi⁴

2. Brand Images

Brand Images atau citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.⁵

3. Dinas Pariwisata

Dinas pariwisata merupakan badan kepariwisataan yang dibentuk oleh pemerintah sebagai suatu badan yang diberi tanggung jawab dalam pengembangan dan pembinaan kepariwisataan pada umumnya baik tingkat nasional maupun ditingkat daerah.

4. Pandemi Covid-19

Pandemi covid-19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit korona virus 2019 di seluruh dunia. Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-Cov-2.

C. Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup kajian masih didalam konteks komunikasi. Pada penelitian ini mengkaji tentang Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam mempertahankan *brand images* selama masa pandemic Covid-19

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Mempertahankan *Brand Images* Selama Masa Pandemi covid-19?”

⁴ Anwar Arifin, Strategi Komunikasi, (Bandung: Armilo, 1984), 59

⁵ Ardianto Soemirat, soleh Elvinar, Dasar-dasar Public Relations (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 114.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Mempertahankan *Brand Images* Selama Masa Pandemi Covid-19.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Sebagai sarana pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan khususnya mengenai perencanaan komunikasi dalam mempertahankan *brand image* dan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka penerapan teori-teori yang telah didapat di bangku perkuliahan serta untuk mengetahui tingkat kemampuan penulis dalam meneliti sebuah masalah.
- 2) Sebagai bahan rujukan untuk melihat bagaimana perencanaan komunikasi dalam mempertahankan *brand image* selama masa pandemi Covid-19

b. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini ditujukan sebagai tugas akhir memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
- 2) Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi khalayak yang ingin mendalami bidang konsentrasi *public relations*.

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini ada beberapa pokok masalah yang dibahas pada masing-masing bab yang penulis susunkan menjadi beberapa bagian:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini diuraikan tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, waktu penelitian, sumber data, informasi penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisa data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum tempat penelitian seperti sejarah, visi dan misi, struktur perusahaan. Dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan menyajikan hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Secara umum, teori pada dasarnya digunakan sebagai panduan untuk memahami realita. Dengan adanya teori akan membantu manusia untuk menggambarkan, menjelaskan, meramalkan, dan dapat mengendalikan sebuah fenomena yang kita hadapi.⁶

1. Perencanaan Komunikasi

Membahas perencanaan komunikasi maka ada dua konsep dasar yang berbeda dan memerlukan pembahasan lebih lanjut. Kedua konsep itu, yakni “perencanaan” dan “komunikasi”. Perencanaan akan lebih banyak didekati dari aspek manajemen sedangkan konsep komunikasi akan dilihat sebagai suatu proses penyebaran dan pertukaran informasi. Meskipun kedua konsep ini menunjukkan perbedaan terutama dari dua kajian yang berbeda, namun kedua konsep ini dapat diintegrasikan menjadi satu kajian khusus dalam studi komunikasi yang akhir-akhir ini.

Menurut *John Middleton*, perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi.⁷

Sedangkan menurut *Robin Mehall*, Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen yang tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut

⁶ Suciati. *Teori Komunikasi Dalam Multi Perspektif*. (Yogyakarta: Mata Padi Presindo, 2017), hal 4

⁷ Ibid, Hal.41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu beberapa lama hal itu bisa dicapai,

Dalam teori S-O-R (Stimulus, Organism, dan Respon), proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “how” bukan “what” dan “why”. How to communicate dalam hal ini how to change the attitude, bagaimana mengubah sikap komunikasi. Dalam proses perubahan sikap, tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel yang penting yaitu perhatian, pengertian, penerimaan.⁸ Sehingga unsur dalam teori ini berupa pesan (Stimulus), Komunikasi (Organism), dan Efek (Respon).

Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya.

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam hal ini menjadikan bahwa mempertahankan *brand images* selama masa pandemi sebagai stimulus (pesan) - yang menjadi sasaran adalah masyarakat, pelaku usaha, wisatawan, dan calon wisatawan sebagai organism (komunikan) – perubahan perilaku sebagai respon (efek). Dalam meningkatkan *brand images* selama masa pandemi tentunya pemilih strategi yang tepat merupakan langkah untuk tercapainya sebuah tujuan. Perencanaan komunikasi yang dilakukan Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat adalah dengan melakukan kerja sama dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Mengetahui bahwasannya yang menjadi sasaran adalah masyarakat, pelaku usaha, wisatawan dan calon wisatawan agar dapat memberikan edukasi serta motivasi selama masa

⁸ Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung, Citra Aditya Paksi, 2003) hlm. 254

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pandemi. Sehingga dengan proses yang dilakukan oleh Humas Dinas Pariwisata mempunyai Efek (Respon) yang diterima.

Untuk mewujudkan semua itu, Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat harus mempunyai perencanaan yang matang. Menurut bussines dictionary strategi merupakan metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah. Perencanaan yang dilakukan oleh Humas Dinas Pariwisata Sumatera Barat adalah dengan melihat apakah sebenarnya yang terjadi di lapangan kemudian menyusun perencanaan dari situasi yang terjadi kemudian melakukan aksi dan diakhiri dengan pengevaluasian.

Penelitian ini mengacu kepada teori perencanaan komunikasi yang dikemukakan Cutlip dan Center bahwa terdapat empat proses pokok perencanaan komunikasi yang menjadi landasan atau acuan untuk melakukan pelaksanaan, yaitu:⁹

Pertama, Penemuan fakta (*fact finding*), yakni langkah pertama ini melibatkan pengkajian dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Langkah ini menentukan “apa yang terjadi sekarang?”.

Kedua, Perencanaan (*planning*), yakni Informasi yang terkumpul pada langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan mengenai publik, sasaran, tindakan, dan strategi komunikasi, taktik dan tujuan program. Langkah kedua ini menjawab, “Kita telah mempelajari situasi ini berdasarkan apa-apa yang harus diubah, dilakukan, atau dikatakan”.

Ketiga, Komunikasi (*communication*), yakni langkah ketiga melibatkan program dari tindakan dan komunikasi yang telah didesain untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap publik untuk mencapai sasaran program. Petanyaan pada langkah ini, “Siapa yang akan melakukan dan memberitahukan program ini, serta kapan, dimana, dan bagaimana”.

⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006), hlm 148-149

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keempat, Evaluasi (*evaluation*), yakni tahap terakhir pada proses ini melibatkan kesiapan penilaian, implementasi, dan hasil dari program terimplementasi berdasarkan umpan balik evaluasi mengenai bagaimana program tersebut berhasil atau tidak. Program tersebut dapat dilanjutkan atau dihentikan berdasarkan pertanyaan “Bagaimana yang telah kita kerjakan”.

Perencanaan komunikasi dijadikan sebagai penuntun usaha atau kegiatan komunikasi yang dilakukan sepanjang program tersebut dilaksanakan. Selain itu, perencanaan komunikasi juga membantu untuk menggunakan saluran dan waktu yang tepat dalam menyebarkan pesan. Dengan kata lain, perencanaan komunikasi akan menjadi pegangan bagi para stakeholders untuk selalu wellin formed, terutama dalam kaitannya dengan apa yang ditawarkan. Jadi, menurut penulis dapat disimpulkan bahwa perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan suatu proses pengalokasian sumber daya yang berhubungan dengan komunikasi untuk mencapai tujuan suatu organisasi.

2. Brand Images

Public Relations senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas dari apakah fakta itu hitam, putih, atau abu-abu. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta. Oleh karena itu, para personelnnya kini jauh lebih dituntut untuk mampu menjadikan orang-orang lain memahami sesuatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaga atau perusahaan yang diwakilinya. Bagi humas, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan seterusnya tetapi terletak pada :

- a. Bagaimana organisasi bisa mencerminkan yang dipercayai memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.
- c. Pada saat ini banyak perusahaan atau organisasi memberikan perhatian terhadap pembangunan suatu citra yang positif atau baik dimana menguntungkan bagi suatu perusahaan atau organisasi tersebut tidak hanya melepaskan diri dari terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif atau buruk. Citra perusahaan adalah komoditas yang rapuh atau mudah pecah namun kebanyakan perusahaan juga meyakini bahwa citra perusahaan yang positif adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang.

Citra menurut Katz yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.¹⁰ Setiap perusahaan mempunyai citra. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan. Citra menurut Frank Jefkins yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto dalam bukunya Dasar-Dasar Public Relations mengungkapkan bawa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan.¹¹

Jenis citra (*image*) yang dikemukakan oleh Frank Jefkins dalam buku public relations,¹² yakni :

- a. Citra bayangan (*mirror image*), citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.

¹⁰ Soemirat dan Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004)h.133

¹¹ Soemirat dan Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004)h.144

¹² Frank Jefkins, *Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2004)h.20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Citra yang berlaku (*current image*), adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
- c. Citra yang diharapkan (*wish image*), adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
- d. Citra perusahaan (*corporate image*), adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
- e. Citra majemuk (*multiple image*), banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan.

Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. Efektivitas public relations di dalam pembentukan citra (nyata, cermin dan aneka ragam) organisasi, erat kaitannya dengan kemampuan (tingkat dasar dan lanjut) pemimpin dalam menyelesaikan tugas organisasinya, baik secara individual maupun tim yang dipengaruhi oleh Public Relations praktek berorganisasi (job design, reward system, komunikasi dan pengambilan keputusan) dan manajemen waktu atau perubahan dalam mengelola sumber daya (materi, modal dan SDM) untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif, yaitu mencakup penyampaian perintah, informasi, berita dan laporan, serta menjalin hubungan dengan orang. Hal ini tentunya erat dengan penguasaan identitas diri yang mencakup aspek fisik, personil, kultur, hubungan organisasi dengan pihak pengguna, respons dan mentalitas pengguna.

Salah satu jenis citra adalah citra perusahaan. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti misalnya dari sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial dan komitmen mengadakan riset. Memiliki suatu citra perusahaan yang cemerlang dan positif, jelas merupakan keinginan dari setiap perusahaan, begitu pula keinginan Dinas Pariwisata Sumatera Barat dengan melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan Brand Image mereka.

Citra perusahaan di mata publik dapat terlihat dari pendapat atau pola pikir pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Citra perusahaan adalah adanya persepsi yang berkembang di benak publik terhadap realitas. Realitas dalam PR adalah apa yang tertulis di media. Terbentuknya citra perusahaan karena adanya persepsi. Menurut Kotler persepsi adalah pandangan seseorang dalam menafsirkan suatu peristiwa berdasarkan informasi yang diterimanya. Untuk mendapatkan citra yang diinginkan, perusahaan harus memahami secara persis proses yang terjadi ketika publik menerima informasi mengenai kenyataan yang terjadi.¹³

Public Relations dalam menyampaikan pesan-pesan secara tepat sasaran mampu menghimpun awareness dari public dan menumbuhkan citra positif dari public terhadap perusahaan. Citra yang baik akan menumbuhkan reputasi yang baik pula dari suatu perusahaan. Dalam kaitannya dengan media, citra dapat ditanamkan dan disebarluaskan lewat segala media komunikasi yang dimiliki. Menurut Kotler media utama untuk mengkomunikasikan citra yaitu; Pertama, Lambang atau simbol merupakan citra dapat diperkuat dengan menggunakan simbol-simbol yang kuat. Kedua, citra yang dipilih harus ditampilkan dalam iklan yang menyampaikan suatu cerita suasana hati, pernyataan sesuatu yang jelas berbeda dengan yang lain. Pesan itu harus tampak di laporan tahunan, brosur dan catalog, peralatan kantor perusahaan, serta kartu nama. Ketiga, Suasana ruang fisik yang ditempati organisasi merupakan pencipta citra

¹³ Kotler, Marketing Mangement (Jakarta: Erlangga, 2011)h..97

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang kuat lainnya. Keempat, Peristiwa suatu perusahaan dapat membangun suatu identitas melalui jenis kegiatan yang disponsornya.¹⁴

Citra yang baik dari suatu organisasi merupakan aset yang sangat penting karena citra mempunyai suatu dampak persepsi publik dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Setiap perusahaan harus mempunyai citra di masyarakat, dan citra itu sendiri dapat berperingkat baik, sedang, atau buruk. Citra buruk melahirkan dampak yang negatif bagi operasi bisnis perusahaan, lembaga, ataupun institusi dan juga dapat melemahkan untuk bersaing.

3. Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

Pada tahun 2016 Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat terjadi perubahan nomenklatur dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menjadi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sesuai dengan nomenklatur yang diberikan kementerian pusat karena sesuai dengan UU nomor 23 tahun 2014 tentang pemda. Dinas Pariwisata Provinsi Sumbar ini sudah beberapa kali mengalami perubahan nomenklatur dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menjadi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, tetapi perubahan nomenklatur ini hanya bertahan selama satu tahun, pada tahun 2017 Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ini berganti nomenklatur lagi menjadi Dinas Pariwisata Provinsi. Terkait perubahan pada nomenklatur dengan menghapuskan ekonomi kreatif tidak menjadi pengaruh bagi provinsi Sumatera Barat, karena sesuai pasalnya amanat UU nomor 23 tahun 2014 tentang pemda juga memberikan kebebasan atau dibolehkannya perbedaan nomenklatur, nomenklatur dibuat sesuai dengan kebutuhan dan kecocokan pada daerah itu sendiri.

Walaupun nomenklturnya berubah tetapi bidang ekonomi kreatif tetap ada di dalam bidang pariwisata. Kata kunci membangun Sumatera Barat adalah pemberdayaan atau biasa disebut dengan ekonomi kreatif, ini sudah menjadi 37 mindset gubernur. Ekonomi kreatif tidak bisa dipisahkan dengan pariwisata, pariwisata tidak bisa hanya menjual alam,

¹⁴ Ibid.h.300

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tetapi pariwisata juga harus menjual kebudayaan, budaya itulah yang sangat melekat dengan ekonomi kreatif.

4. Pandemi Covid-19

Pandemi covid 19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit korona virus 2019 di seluruh dunia. Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-Cov-2¹⁵. Pandemi sendiri menurut KBBI Virus ini diduga menyebar antara orang-orang terutama melalui percikan pernapasan yang dihasilkan selama batuk. Percikan ini juga dapat dihasilkan dari bersin dan pernapasan normal. Selain itu, virus dapat menyebar akibat menyentuh permukaan benda yang terkontaminasi dan kemudian menyentuh wajah seseorang. Upaya pemutusan mata rantai adalah dengan pembatasan perjalanan, karantina, pembatalan acara hingga penutupan fasilitas. Munculnya virus ini mengakibatkan melemahnya aktivitas berbagai sektor perekonomian seperti menurunnya aktivitas pariwisata. Hal ini juga mendukung kebijakan pemerintah tentang peraturan dalam menerapkan *social distancing*.

B. Kajian Terdahulu

Pembuatan karya ilmiah sebelumnya penulis melakukan pengamatan dan tinjauan pustaka terhadap jurnal penelitian dan skripsi sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan, dengan tujuan agar terhindar dari kesamaan-kesamaan penelitian.

Pertama, Skripsi penelitian yang berjudul “Strategi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Tangerang sebagai Kota Peraih Adipura”¹⁶ oleh Frans Surya. Skripsi ini membahas tentang bagaimana Humas Pemerintahan Kota Tangerang dalam menyusun strateginya dengan baik sesuai kelebihan dan kekurangan, agar terwujud Citra Pemerintah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif.

¹⁵ Wikipedia, “Pandemi Covid-19”, diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi_COVID-19, pada tanggal 21 Desember 2020 Pukul 14:35

¹⁶ Frans Surya, *Strategi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Tangerang sebagai Kota Peraih Adipura*. (Universitas Prof.DR.Moestopo,2015)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil dari penelitian ini adalah Humas berhasil mempertahankan citra dengan metode dan strategi dengan pembentukan citra berdasarkan fakta yang ada di lapangan yaitu Tangerang sebagai kota yang berhasil dalam kebersihan dan pengelolaan lingkungan perkotaan yang dalam hal ini diselenggarakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup. Persamaan penelitian kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. sedangkan perbedaan dari penelitian yang penulis lakukan adalah penulis ingin meneliti bagaimana strategi humas dalam meningkatkan *Brand Image* Dinas Pariwisata Sumbar, sedangkan perbedaannya terletak lokasi dan waktu penelitian.

Kedua, Skripsi penelitian yang berjudul “Strategi *Public Relations* Galeria Mall Yogyakarta dalam Menciptakan *Brand Image* dalam Terhadap *Costumer Relationship*”¹⁷ Oleh Maria Kristi. Skripsi ini membahas tentang strategi *Public Relations* dalam membangun *brand image* dibenak *costumer* di tengah dalam persaingan bisnis retail di kota Yogyakarta. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Fokus pembahasan dari skripsi ini adalah hubungan dengan *costumer* dalam membangun *brand image* dimata khalayak. Karena dapat diketahui Yogyakarta sebagai kota pelajar sangat kompetitif dengan berdirinya *Mall* atau tempat pembelanjaan yang lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Persamaan penelitian kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. sedangkan perbedaan dari penelitian yang penulis lakukan adalah penulis ingin meneliti bagaimana strategi humas dalam meningkatkan *Brand Image* Dinas Pariwisata Sumbar, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penentuan strategi *public relations*, yang mana penulis lebih fokus mengokohkan *brand image* yang sudah terbangun untuk diperkokoh kembali.

¹⁷ Maria Kristi, *Strategi Public Relations Galeria Mall Yogyakarta dalam Menciptakan Brand Image Terhadap Costumer Relationship*. (Universitas Pembangunan Nasional, 2006)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketiga, Skripsi penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas PALTV dalam Meningkatkan Brand Image pada Masyarakat”¹⁸ Oleh Siti Yulianti Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *image* beserta kendala yang ada di PALTV. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian sebagai televisi lokal pertama di bumi sriwijaya PALTV lebih memfokuskan diri terhadap minat dan keinginan pemirsanya. Sehingga memiliki dampak positif yaitu minat penonton PALTV. Persamaan penelitian kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. sedangkan \ perbedaannya terletak pada fokus penelitian sekarang yaitu penentuan strategi public relations.

Keempat, Jurnal Penelitian yang berjudul “Peran Humas PT. Perkebunan Nusantara V dalam Mengembalikan Citra Pasca Krisis Lahan Sei Batu Langka Kabupaten Kampar”¹⁹ Oleh Enny Suryani Siregar Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Tujuan penelitian untuk mengetahui Peran Humas PT Perkebunan Nusantara V dalam mengembalikan citra pasca krisis dengan krisis lahan sei batu langka dengan metode kualitatif. Peneliti melakukan penelitian di kantor pusat PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. Informan penelitian ini sebanyak tiga orang. Teknik pengumpulan datanya adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teori Peran Humas Dozier-Broom. Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa Peran Humas PT. Perkebunan Nusantara V dalam mengembalikan Citra pasca krisis dengan krisis lahan sei batu langka ialah menjalankan peran sebagai penasehat ahli yaitu Humas PT.Perkebunan Nusantara V bertindak sebagai ahli dalam memulihkan citra, Fasilitator Komunikasi sebagai perantara komunikasi pasca krisis, Fasilitator proses pemecahan masalah yaitu divisi

¹⁸ Siti Yulianti, *Strategi Komunikasi Humas PALTV dalam Meningkatkan Brand Image pada Masyarakat*. (Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018)

¹⁹ Enny Suryani Siregar, *Peran Humas PT. Perkebunan Nusantara V dalam Mengembalikan Citra Pasca Krisis Lahan Sei Batu Langka Kabupaten Kampar*. (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hukum yang berwenang menangani krisis, dan Teknisi Komunikasi dalam mengembalikan citra pasca krisis lahan sei batu langka. Persamaan penelitian kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. sedangkan perbedaan dari penelitian yang penulis lakukan adalah penulis ingin meneliti bagaimana strategi humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam meningkatkan Brand Images..

Kelima, Jurnal penelitian yang berjudul “Strategi *Public Relations* dalam Membangun *Brand Image* Jamu (Studi pada Suwe Ora Kedai Jamu & Kopi)”²⁰ Oleh Jessica Taar, Yugih Setyanto. Jamu sebagai minuman yang memiliki segudang manfaat sangat disayangkan apabila hilang begitu saja. *Brand Image* yang melekat pada jamu sebagai minuman yang kuno dan oahit membuatnya semakin ditinggalkan. Peneliitian ini dilakukan untuk menjelaskan Strategi *Public Relations* yang digunakan oleh Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi dalam membangun *Brand Image* jamu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dan jenis studi kasus. Subjek penelitian adalah Suwe Ora Jamu Kedai Jamu dan Kopi yang bertempat di Jalan Petogogan I No.28B, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Sedangkan objek penelitian adalah strategi public relations yang digunakan oleh Suwe Ora Jamu Kedai Jamu dan Kopi dalam membangun Brand Image jamu. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara, obeservasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Kesimpulan dari penelitian ini adalah event dan penggunaan media sosial merupakan kegiatan PR utama yang SOJ lakukan sebagai bagian dari startegi public relations dalam membangun brand image jamu. Persamaan penelitian kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. sedangkan perbedaan dari penelitian yang penulis lakukan adalah penulis ingin meneliti bagaimana strategi humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam meningkatkan *Brand Image*,

²⁰ Jessica Taar dan Yugih Setyanto. *Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi pada Suwe Ora Kedai Jamu & Kopi)*. Prologia Vol.2 , No.2 Desember 2018.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penentuan strategi *public relations*, yang mana penulis lebih fokus mengokohkan *brand image* yang sudah terbangun untuk diperkokoh kembali.

Keenam, Jurnal penelitian yang berjudul “Strategi *Rebranding* Kampung Babakan Menjadi Kampung Berkelir Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Image* Kota Tangerang”²¹ Oleh Asriyani Sagiyanto dan Arlinda Dwi Darmayanti. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi *rebranding* Kampung Babakan menjadi Kampung Bekelir dalam upaya meningkatkan *Brand Image* Kota Tangerang. Metode yang digunakan penelitian ini yaitu penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian dari *Brand Image* tersebut dapat memberikan manfaat untuk masyarakat Kampung Bekelir meningkatkan taraf hidup mereka menjadi lebih baik. Persamaan penelitian kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan sama-sama meningkatkan *Brand Image*. Kemudian perbedaannya terletak pada jurnal adalah strategi yang digunakan fokus kepada *Rebranding*.

Ketujuh, Jurnal penelitian yang berjudul “Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Oleh Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Heru Prasetya Widodo”²² Peran seorang humas bertujuan untuk menjalin kerja sama yang baik kepada semua publik sehingga mendapatkan feedback langsung dari masyarakat sebagai bentuk partisipasi dan menyakinkan publik untuk mempercayai keunggulan lembaga tersebut. Strategi juga sangat diperlukan didalam mempertahankan citra lembaga. Dengan begitu peran humas dalam suatu instansi sangat penting, baik atau tidaknya seorang humas dapat mempengaruhi opini publik bagi lembaga atau perusahaan tersebut. Penelitian ini dianggap penting untuk mengetahui peran humas dalam

²¹ Asriyani Sagiyanto dan Arlinda Dwi Darmayanti. *Strategi Rebranding Kampung Babakan Menjadi Kampung Berkelir Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Kota Tangerang*. Jurnal Akrib Juara Vol.4 No.2 Mei 2019.

²² Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Heru Prasetya Widodo. *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggaladewi*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.6, No.1 2017

meningkatkan citra pada Universitas Tribhuwana Tunggaladewi dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Selain itu penelitian ini menggunakan beberapa hal untuk bisa memperoleh data, yaitu wawancara dan dokumentasi. Kemudian untuk memeriksa keabsahan data yang sudah dianalisis menggunakan teknik triangulasi data. Persamaan penelitian kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. sedangkan perbedaan dari penelitian yang penulis lakukan adalah penulis ingin meneliti bagaimana strategi humas dalam meningkatkan *Brand Image* Dinas Pariwisata Sumbar, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penentuan strategi humas dan peranan humas yang mana penulis lebih fokus terhadap strategi humas untuk mengokohkan *brand image* yang sudah terbangun untuk diperkokoh kembali.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

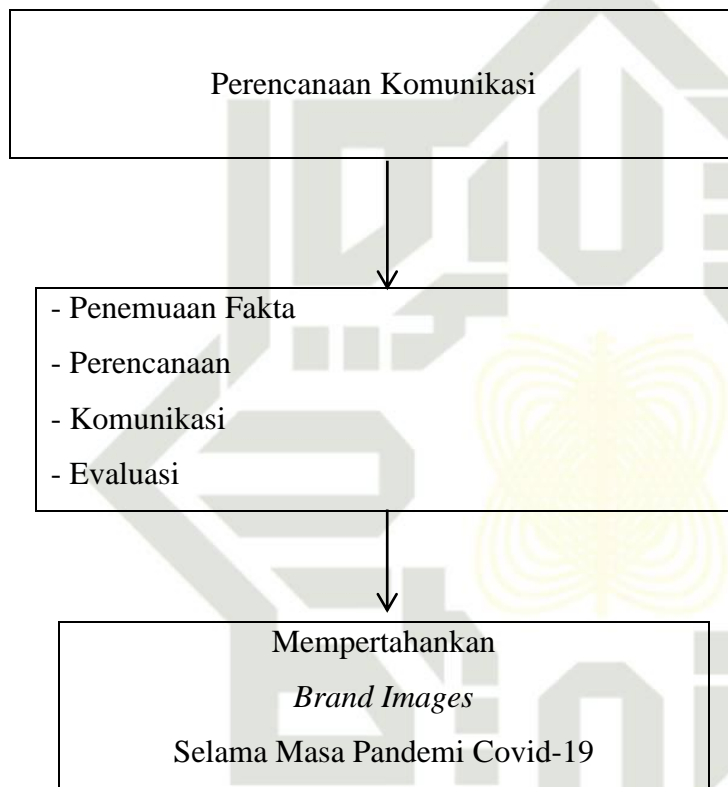
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerangka Pemikiran

Dalam merancang penelitian ini penulis mencoba memetakannya sehingga dalam prosesnya penulis menggunakan garis-garis besar kerangka pemikiran seperti di bawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka penulis akan menggunakan pendekatan kualitatif, dimana deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.²³

Menurut Stauss and Cobin (1197) dalam buku metode penelitian public relations dan komunikasi *qualitative research* adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif ini dapat dipergunakan untuk penelitian kehidupan masyarakat, sejarah, tingkahlaku, fungsional organisasi, peristiwa tertentu, pergerakan-pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan dalam kekeluargaan.

Penelitian kualitatif bertujuan mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah atau *grounded theory* dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenonema yang dihadapi.²⁴

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Sumbar di Jl. Khatib Sulaiman No.7 Lolong Belanti. Kecamatan Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat 251753

2. Waktu

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian dilakukan mulai dari 25 Desember 2020 – 5 Maret 2021

²³ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 138

²⁴ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 80

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk di dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subyek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda, kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu.²⁵

2. Data Skunder

Data skunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan lembaga lainnya yang bukan merupakan pengelolanya, tetapi dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data skunder umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang di publikasikan²⁶

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian.²⁷ Berikut dibawah ini informan penelitian dibawah:

1. Hendri Agung Indrianto sebagai Kepala Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata.
2. Mulyadi sebagai Kasi Strategi Pemasaran dan Brand Pariwisata.
3. Danil sebagai Selaku Kepala Seksi Analisis Data Pasar Pariwisata
4. Fajri Hidayat sebagai Staff Seksi Strategi Pemasaran dan Brand Pariwisata.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh yang diperlukan, maka selanjutnya diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

²⁵ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 138

²⁶ *Ibid.* 138

²⁷ Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.²⁸Peneliti melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai fakta di lapangan yaitu observasi partisipan, selanjutnya membuat catatan-catatan hasil pengamatan tersebut.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu; ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik.²⁹ Dalam penelitian ini dilakukan wawancara secara mendalam kepada informan yang telah dipilih.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis.³⁰Dokumentasi ini berisi data-data historis yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Sumbar berupa foto-foto, *website*, Instagram:@Sumbartravel, Facebook: Dinas Pariwisata Sumatera Barat, Youtube: Dinas Pariwisata Sumatera Barat.

Validitas Data

Penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif. Karena itu ke validitasan data sangat penting. Melalui validitas data kredibilitas atau kepercayaan penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan validitas data dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi adalah suatu cara mendapatkan data yang benar-benar absah dengan menggunakan pendekatan metode ganda. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di

²⁸ Djaman Satori dan Aan Komaroah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 105.

²⁹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktis*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), 160.

³⁰ Ibid.175

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi bisa dilaksanakan dengan cara *Check recheck* yakni dilakukan dengan pengulangan kembali terhadap data yang diperoleh. *Cross checking* yakni dilakukan checking antara metode pengumpulan data yang diperoleh misalnya dari wawancara dipadukan dengan observasi, sehingga ditemukan kenyataan yang sesungguhnya.³¹

Dalam penelitian ini, menggunakan trigulasi sumber. Triangulasi sumber yaitu membandingkan dengan memeriksa ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Dalam penelitian ini menggunakan sumber informasi yang berkaitan dengan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu tahap penelitian kualitatif yang sangat penting karena dengan tahap inilah peneliti dapat memperoleh hasil penelitian yang dilakukannya.³². Berikut langkah-langkah sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J, Meolong³³:

1. Klarifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topik-topik pembahasan.
2. Redukasi data, yakni memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
3. Deskripsi data, yakni menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik pembahasan.
4. Menarik kesimpulan, yakni merangkum uraian-uraian penjelasan kedalam susunan yang singkat dan padat.

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah

³¹ Bachtiar S. Bachri, *Meyakinkan Validitas Melalui Data Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*. 2012

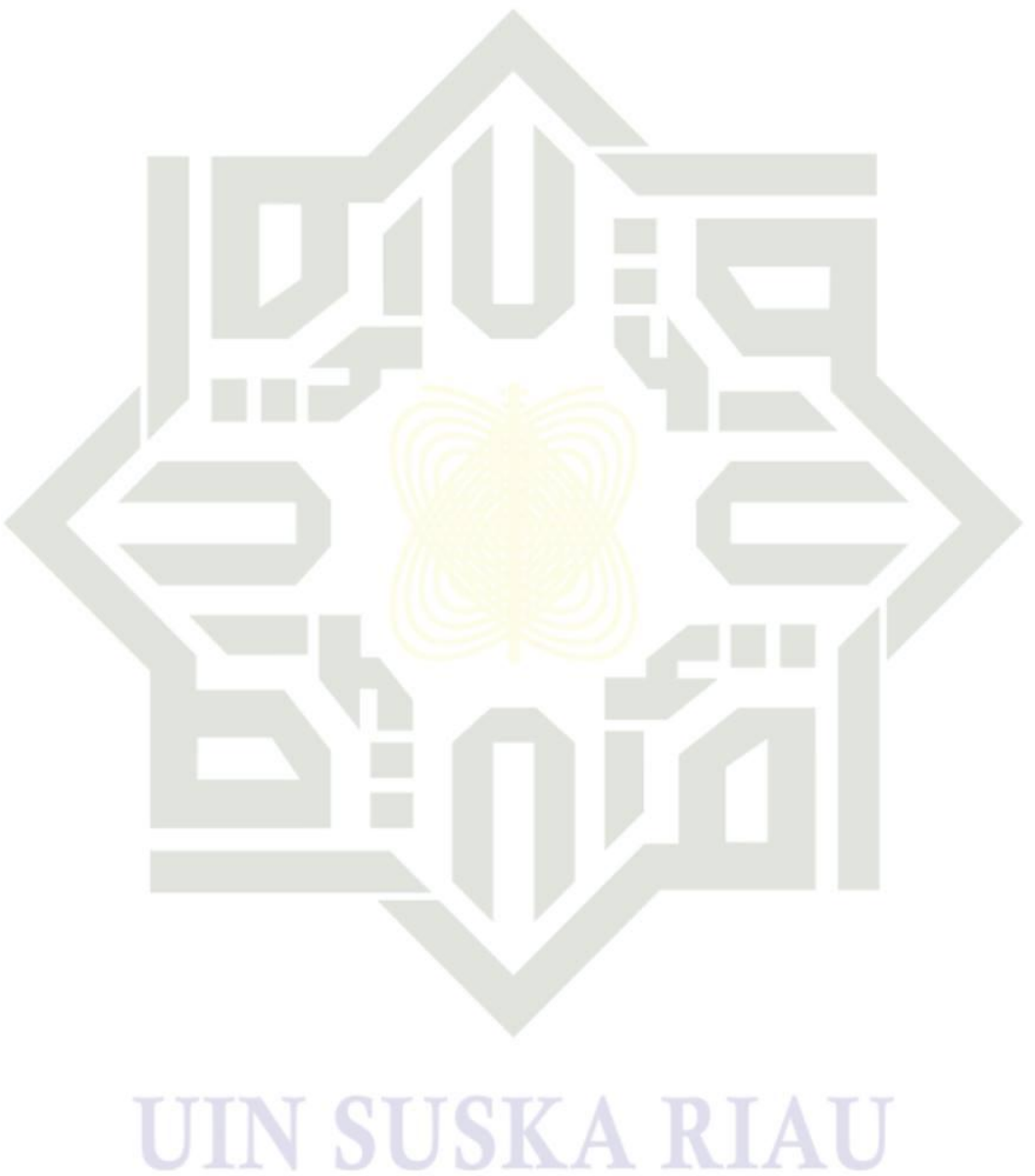
³² Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2015), 97.

³³ J Lexy Meolong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2004), 330.

pengolahan kualitatif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, dijelaskan dalam kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

A Sejarah Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dulunya merupakan kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. Perubahan nomenklatur terjadi sejak tahun 2016 dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menjadi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sesuai dengan nomenklatur yang diberikan oleh kementerian pusat karena sesuai dengan UU nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah. Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sudah beberapa kali mengalami perubahan nomenklatur dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menjadi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang bertahan selama satu tahun, kemudian sejak tahun 2017 Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ini berganti nomenklatur kembali menjadi Dinas Pariwisata Provinsi. Perubahan nomenklatur tersebut menghapuskan ekonomi kreatif namun tidak menjadi pengaruh bagi Provinsi Sumatera Barat, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah memberikan kebebasan dalam perbedaan nomenklatur yang dibuat sesuai dengan kebutuhan serta kecocokan pada daerah itu sendiri.³⁴

B Tugas, Fungsi dan Struktur Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

Tugas dan fungsi Dinas Pariwisata berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Sumatera Barat adalah melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang Pariwisata.³⁵

Untuk melaksanakan tugas tersebut, Dinas Pariwisata mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Perumusan kebijakan teknis bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
2. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ;

³⁴ Dokumen Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

³⁵ Dokumentasi, *RENSTRA Dinas Pariwisata, Provinsi Sumatera Barat*, 2017-2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pembinaan dan fasilitasi bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif lingkup Provinsi dan Kabupaten/Kota;
4. Pelaksanaan kesekretariatan dinas;
5. Pelaksanaan tugas di bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif, Pengembangan Pemasaran Pariwisata dan Pengembangan Destinasi Pariwisata;
6. Pemantauan, evaluasi dan pelaporan di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; dan
7. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dalam melaksanakan program atau kegiatan pembangunan Pariwisata, berdasarkan Peraturan Gubernur Sumatera Barat No. 78 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, dijabarkan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat memiliki susunan organisasi yang terdiri atas 1 (satu) orang eselon II, 5 (lima) orang eselon III, dan 14 (empat belas) orang eselon IV.

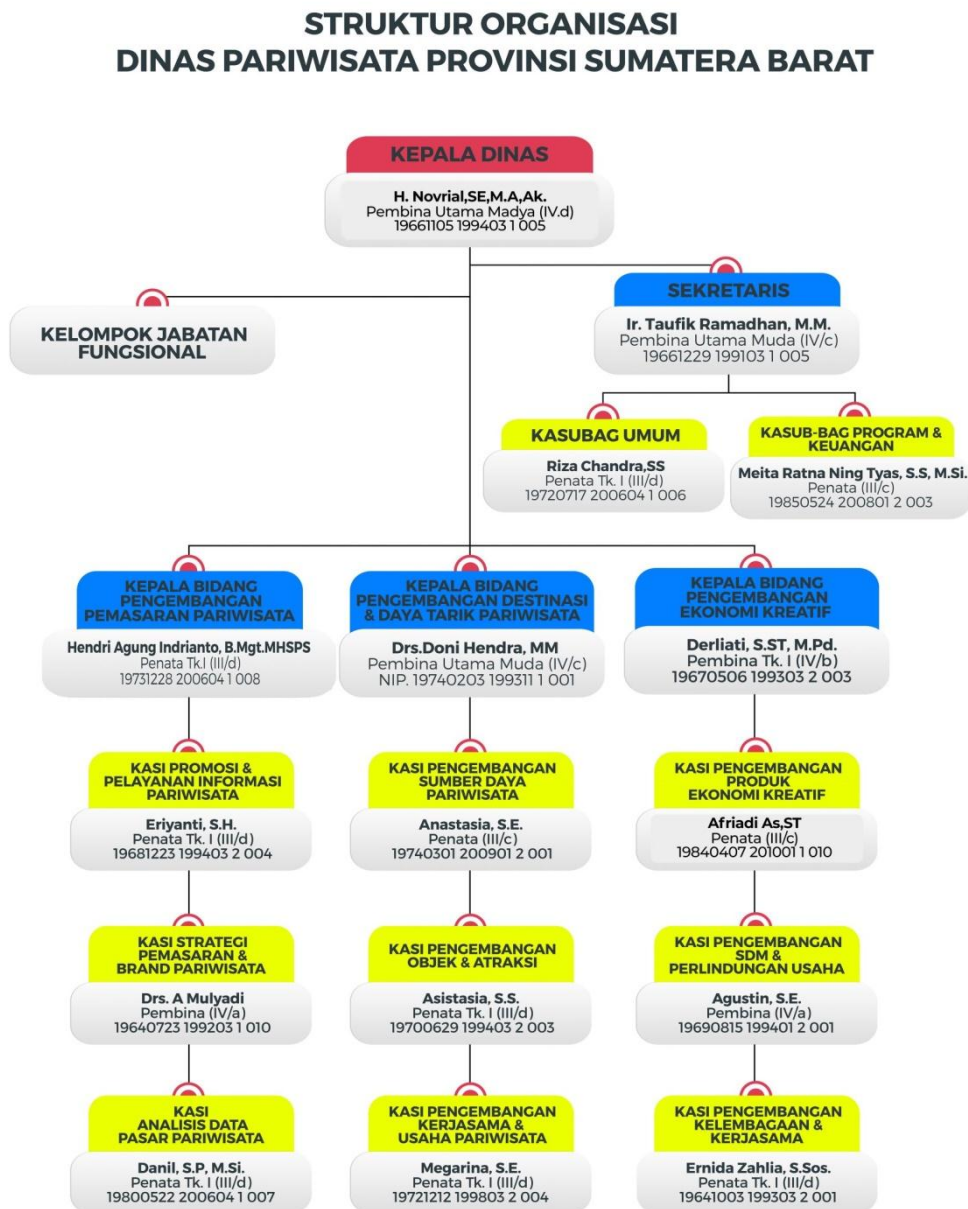
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat



Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata Propinsi Sumatera Barat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Visi Misi Dinas Parwisata Provinsi Sumatera Barat

Visi: “Mewujudkan Organisasi Pemerintah Daerah Yang Berkualitas”.

Misi:

1. Mengoptimalkan Penataan Kelembagaan.
2. Mewujudkan Ketatalaksanaan yang Efektif dan Efisien dengan Prosedur Kerja yang terstandar dalam meningkatkan Pelayanan Prima.
3. Mewujudkan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Daerah Yang Akurat dan Tepat Waktu.
4. Mewujudkan SDM Aparatur yang berkompetensi dan berkarir.
5. Percepatan Pelaksanaan Reformasi Birokrasi Pada Pemerintah Provinsi Sumatera Barat.

D. Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera barat merupakan suatu bentuk tanggung jawab atas amanat Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional sehingga dalam melaksanakan kebijakan, program dan kegiatan untuk berorientasi kepada hasil serta manfaat yang optimal bagi masyarakat³⁶.

Dalam melaksanakan pembangunan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat memiliki tujuan yang hendak dicapai. Pertama, terwujudnya destinasi pariwisata yang berwawasan lingkungan dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Sumatera Barat. Kedua, terwujudnya usaha ekonomi kreatif yang mendorong sektor pariwisata, Ketiga, pengembangan pemasaran pariwisata Sumatera Barat. Keempat, terwujudnya pengembangan usaha pariwisata, sumber daya aparatur dan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif yang berdaya saing dan kredibel.

Dalam hal ini secara struktural posisi atau jabatan Humas tidak tertulis sesuai dengan peraturan daerah yang dikeluarkan sehingga Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera barat melihat bahwa setiap struktur bidang yang ada pada

³⁶ Dokumentasi, *RENSTRA Dinas Pariwisata, Provinsi Sumatera Barat*, 2017-2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dinas Pariwisata berperan dan bertanggungjawab dalam melaksanakan tugas sebagai humas. Humas bertujuan untuk mengembangkan citra bagi organisasi dengan melakukan komunikasi dan penyampaian informasi yang baik hal ini akan mempengaruhi citra dalam membuat dan melaksanakan program-program pada Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

Gambar 4.2
Logo Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat



Sumber: Dokumen Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti laksanakan mengenai Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Sumatera Barat dalam mempertahankan *Brand Image* selama masa pandemi Covid-19 maka diperoleh kesimpulan bahwa Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata selama masa pandemi Covid-19 fokus dengan media digital serta membentuk team kreatif, menjalin hubungan untuk bekerjasama, membuat berbagai konten yang ditujukan untuk memotivasi pelaku usaha, memberikan edukasi kesehatan kepada masyarakat hingga calon wisatawan untuk mematuhi protokol kesehatan. Aksi komunikasi tersebut publikasikan melalui media digital berupa Youtube: Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, Instagram: @dispar.sumbar, Facebook: Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, dan Website: Dispar.sumbarprov.go.id. Sehingga dalam hal ini perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sangat membantu dalam Mempertahankan Brand Images Selama Masa Pandemi Covid-19.

B Saran

Sebagai langkah akhir dari penelitian ini, maka peneliti mencoba mencoba memberikan beberapa saran atau masukan yang berkaitan dengan penelitian yang dikaji. Hal ini sesuai dengan kemampuan peneliti saat ini, maka ada beberapa point yang ingin peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Disarankan kepada Dinas Pariwisata Sumatera Barat agar lebih memperhatikan evaluasi dari serangkaian perencanaan yang telah dibuat. Evaluasi ini menjadi kunci keberhasilan dari perencanaan yang telah dibuat oleh Dinas Pariwisata Sumatera Barat.
2. Bagi pembaca, hendaknya penulisan skripsi ini dapat menjadi inspirasi dalam membuat tulisan-tulisan yang berkaitan dengan isi skripsi ini.

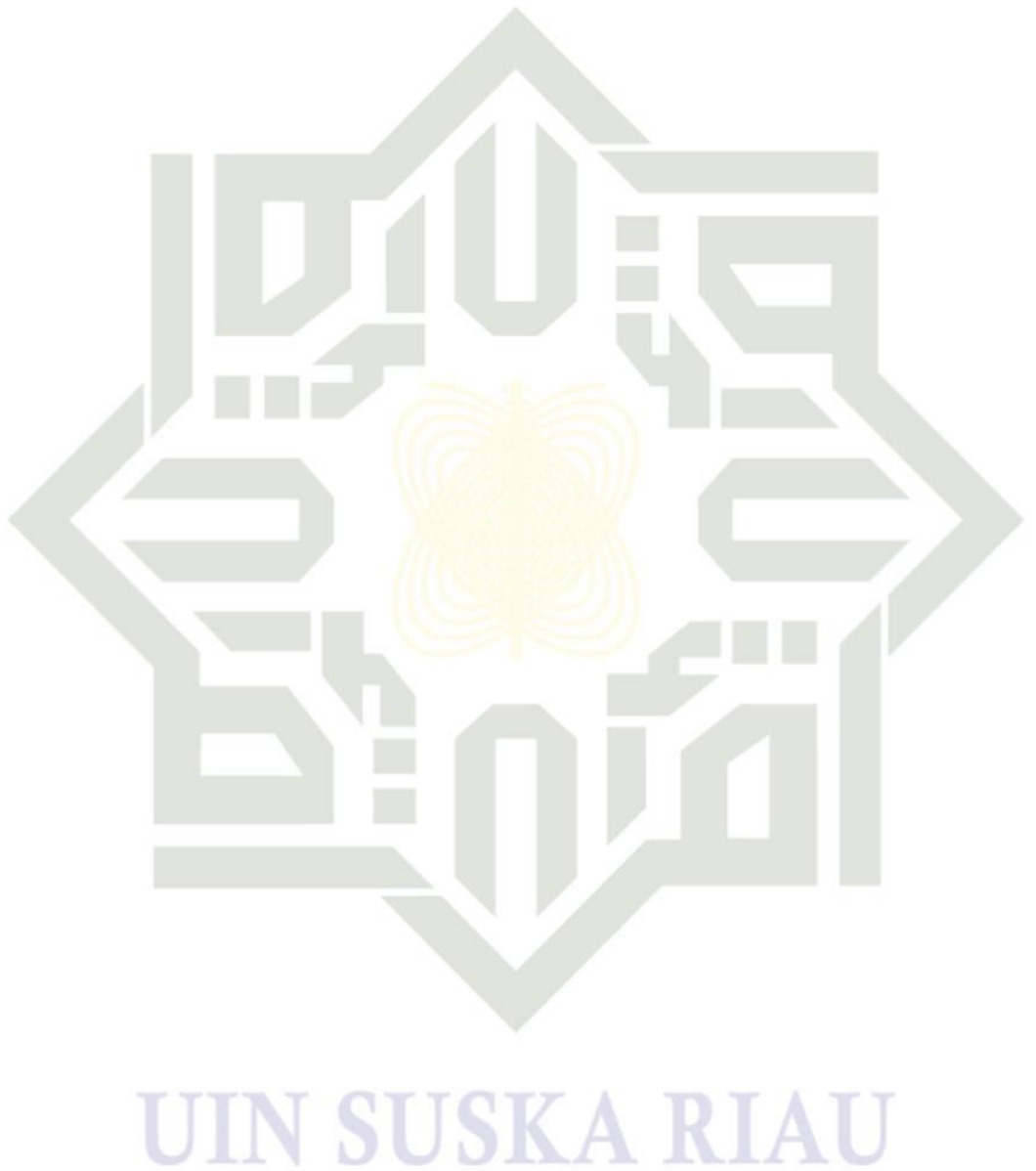
3. Disarankan kepada masyarakat agar menjaga protokol kesehatan saat melakukan kunjungan wisata selama masa pandemi.
4. Disarankan kepada penulis untuk lebih memahami penulisan yang sudah dibuat, perbanyak membaca agar dapat dengan mudah memahami.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Anggoro, M Linggar. *Teori dan profesi kehumasan serta aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Aksara, 2008.

Anwar, Arifin. *strategi komunikasi*. Bandung: armico, 1984.

Bachri, S Bahtiar. "Meyakinkan Validitas Data Triangulasi pada Penelitian Kualitatif." *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 2010: 53.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Cutlip, Scoot M, H., Allen Center, Glen M. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana, 2011.

David, R Freed. *Manajemen Strategi dan Konsep*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Effendi, Onong Uchana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.

Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktis*. Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2003.

Idri, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Kotler. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga, 2011.

Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2006.

Satori, Djaman, and Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Semirat, Soleh, Ardianto, dan Elvinar. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2004.

Suciati. *Teori Komunikasi Dalam Multi Perspektif*. Yogyakarta: Mata Padi Presindo, 2017.

Heaker, Alison. *The Public Relations Handbook*. New York, USA: Routledge, 2012.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sumber Lain

Jurnal :

Asriyani Sagiyanto dan Arlinda Dwi Darmayanti. *Strategi Rebranding Kampung Babakan Menjadi Kampung Berkelir Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Kota Tangerang*. Jurnal Akrab Juara Vol.4 No.2 Mei 2019.

Israyati Tresna Ningsih dan Hengky Pramusinto, *Peran Humas dalam meningkatkan citra Sekolah Di SMK YPE Sumpiuh Kab. Banyumas*. Economic Education Analysis Journal Vol.6 , No.2 Juni 2017.

Jessica Taar dan Yugih Setyanto. *Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi pada Suwe Ora Kedai Jamu & Kopi)*. Prologia Vol.2 , No.2 Desember 2018.

Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetya Widodo. *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.6, No.1 2017

Maman Chatamalah., “Strategi “Public Relations” dalam promosi pariwisata: studi kasus dengan pendekatan “Marketing Public Relations” di Provinsi Banten,” Jurnal mediator Vol.9, No.2 1 November 2020.

Marlanny Rumimpunu, *Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Di Ranotana*. Jurnal Acta Diurna Komunikasi Vol.3, No.1 2014.

Skrripsi :

Lenny Suryani Siregar, *Peran Humas PT. Perkebunan Nusantara V dalam*

Mengembalikan Citra Pasca Krisis Lahan Sei Batu Langka Kabupaten

Kampar. (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020)

Erans Surya, *Strategi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota*

Tangerang sebagai Kota Peraih Adipura. (Universitas Prof.DR.Moestopo, 2015)

Maria Kristi, *Strategi Public Relations Galeria Mall Yogyakarta dalam*



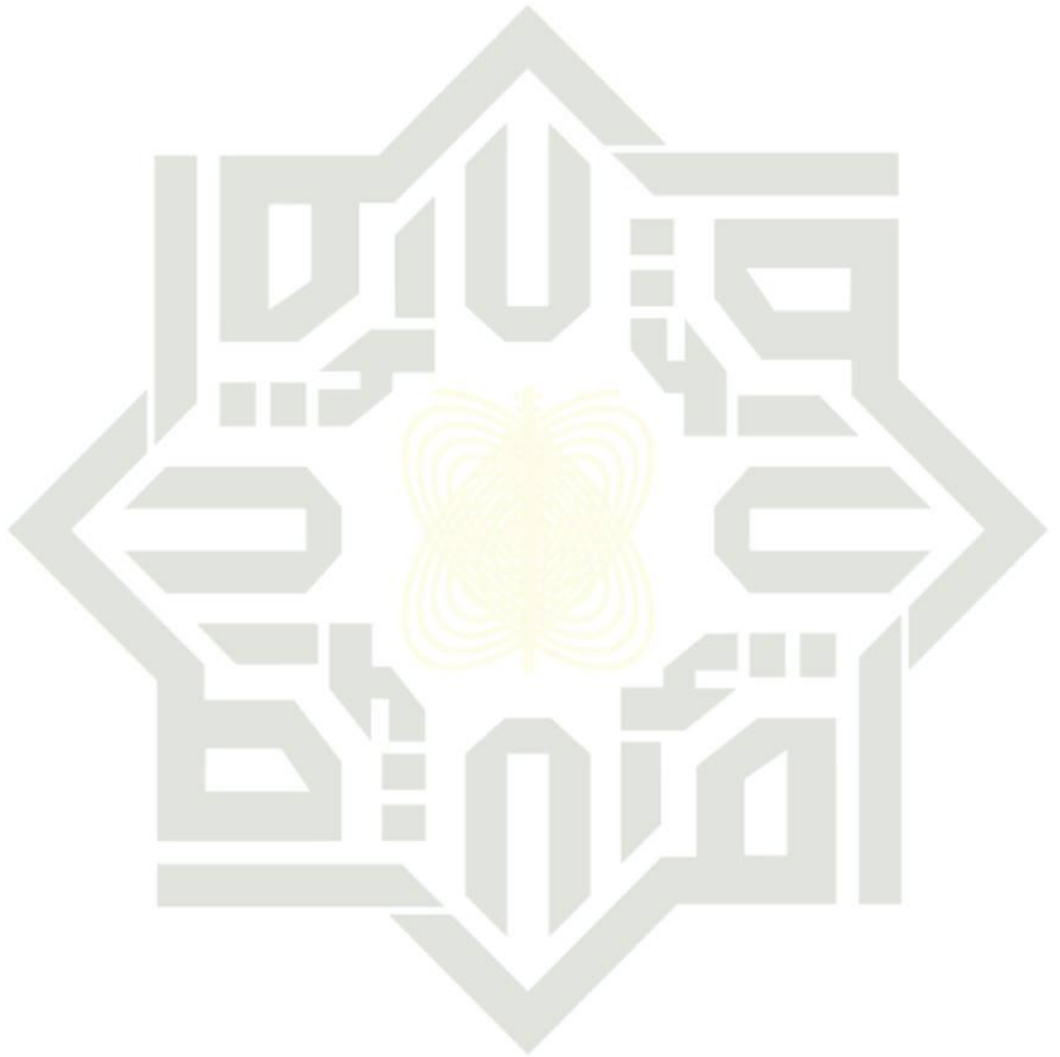
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menciptakan Brand Image Terhadap Costumer Relationship.(Universitas Pembangunan Nasional, 2006)

Siti Yulianti, Strategi Komunikasi Humas PALTV dalam Meningkatkan Brand

Image pada Masyarakat.(Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang,2018)



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 1

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

Item	Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item Uraian	Alat Pengumpulan Data
1	Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan <i>Brand Images</i> Selama Masa Pandemi	Perencanaan Komunikasi	Penemuan Fakta (<i>Fact Finding</i>)	<i>Brand Image</i> selama masa pandemi	1. Apakah Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sudah dikenal baik oleh masyarakat luas? 2. Bagaimana respon masyarakat, swasta dan pemerintah terhadap <i>Brand Images</i> Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat selama masa pandemi? 3. Dengan kondisi yang demikian apakah masih terdapat permasalahan yang	- Wawancara - Observasi - Dokumentasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			terjadi? 4. Apakah mempertahankan Brand Images Selama masa pandemi sudah berjalan sesuai dengan yang hendak dicapai?	
	Perencanaan Komunikasi	Perencanaan (<i>Planning</i>)	Merencanakan Strategi	5. Bagaimana perencanaan Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat melihat Brand Images selama masa pandemi ini? 6. Tindakan seperti apa yang dilakukan dari perencanaan yang ada untuk mempertahankan Brand Images

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

					selama masa pandemi?
					7.Strategi apa yang dilakukan Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam mempertahankan Brand Images selama masa pandemi?
					8.Bagaiman a Humas Dinas Pariwisata Sumatera Barat menentukan sasaran dalam mempertahankan Brand Images Selama masa pandemi?
					9.Selain humas siapa saja pihak di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			<p>Barat yang berperan dalam mempertahankan Brand Images selama masa pandemi?</p> <p>10. Apa rencana humas Dinas Pariwisata Sumatera Barat ke depannya dalam mempertahankan Brand Images selama masa pandemi?</p>	
	Perencanaan Komunikasi	Aksi Komunikasi (<i>Communication</i>)	<p>11. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Mempertahankan Brand Images selama masa pandemi?</p> <p>12. Pesan seperti apa yang</p>	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			disampaikan tersebut?	
			13.Siapa saja yang menjadi sasaran dalam Mempertahankan Brand Images selama masa pandemi tersebut?	
			14.Sejauh ini bagaimana hubungan komunikasi atau kontak dengan masyarakat tentang Brand Images selama masa pandemi ini?	
	Perencanaan Komunikasi	Evaluasi (<i>Evaluation</i>)	Progress Evaluasi	15.Bagaimana cara Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam memantau kemajuan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

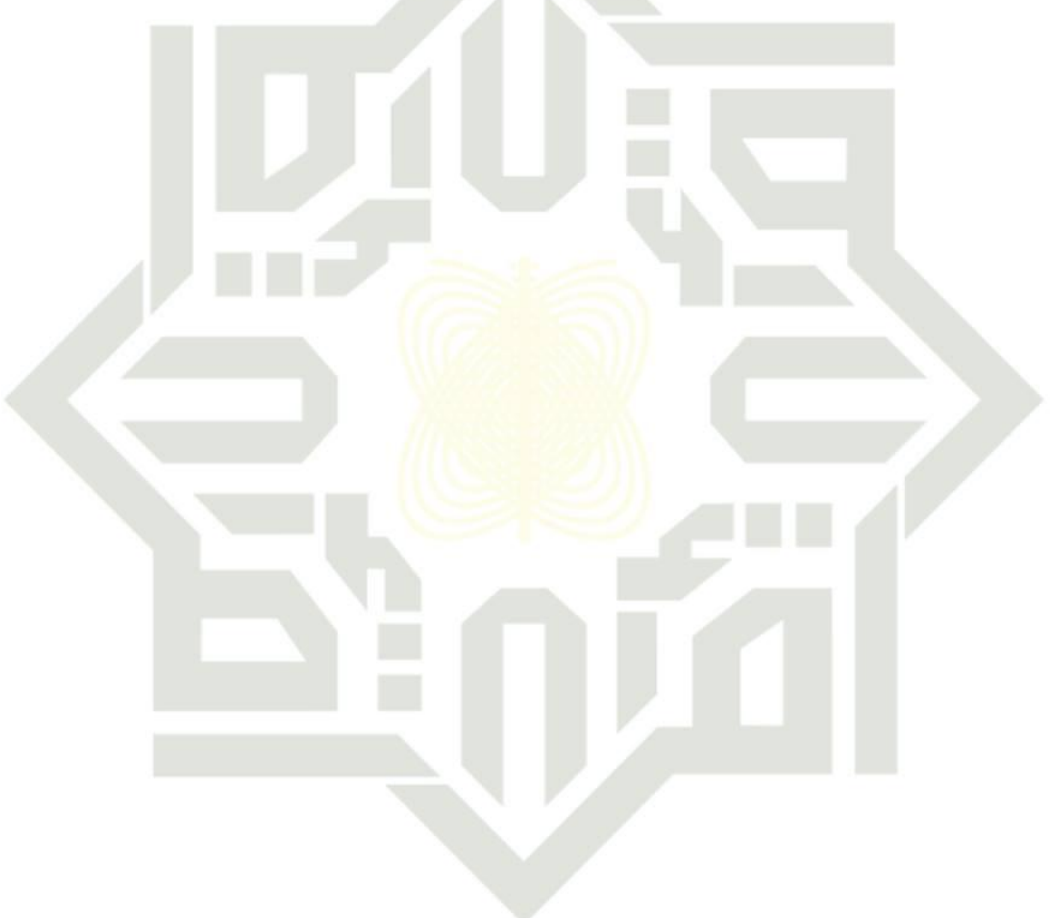
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

					dan mengevaluasi ?
					16.Apa saja hasil yang telah dicapai dalam Mempertahankan Brand Images selama masa pandemi ini?
					17.Apa saja kendala yang dihadapi Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Mempertahankan Brand Images selama masa pandemic dan bagaimana penyelesaiannya?
					18.Sejauh mana tingkah keberhasilan dalam mempertahankan Brand

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				Images selama masa pandemi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat?	





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN II

PEDOMAN WAWANCARA

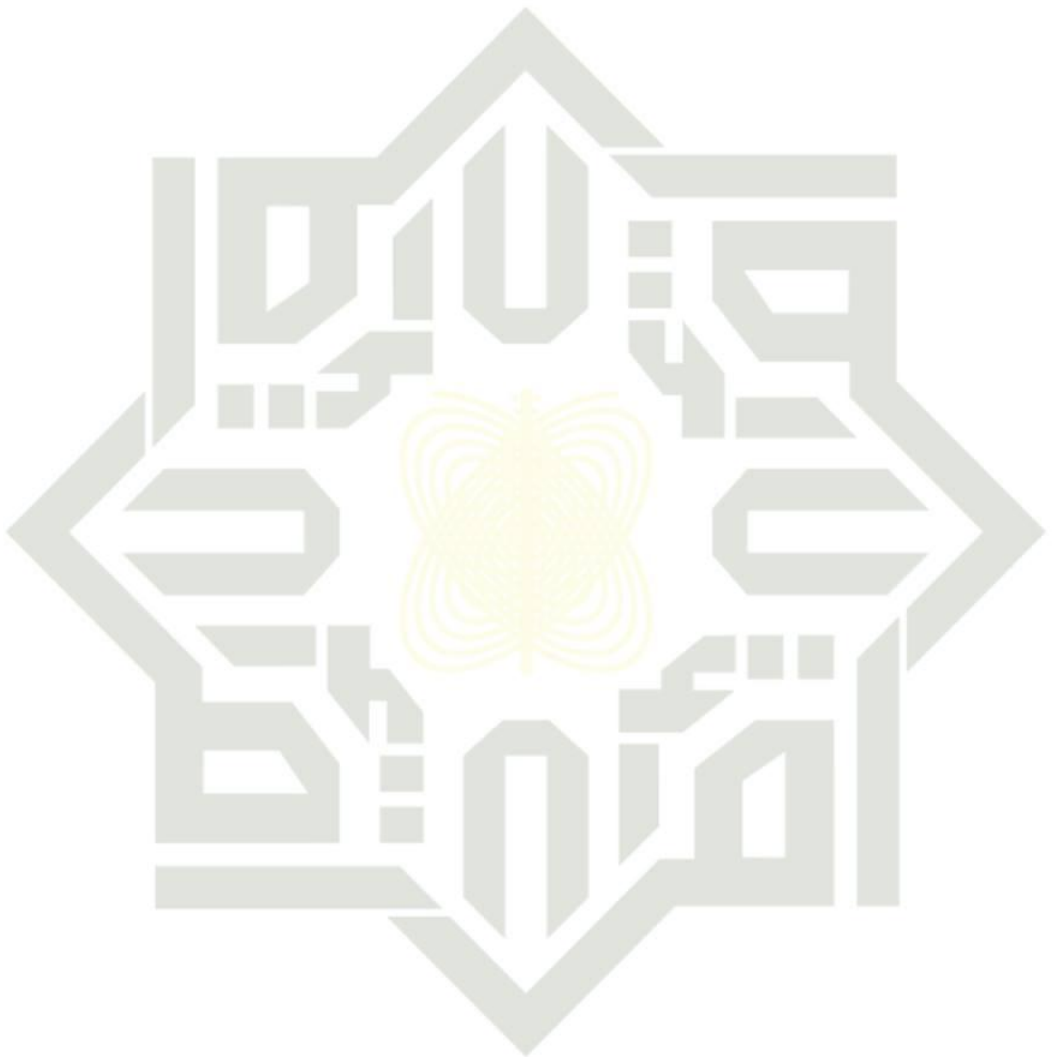
Penemuan fakta (<i>Fact Finding</i>)
Pada Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan <i>Brand Images</i> Selama Masa Pandemi
1. Apakah Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sudah dikenal baik oleh masyarakat luas?
2. Bagaimana respon masyarakat, swasta dan pemerintah terhadap <i>Brand Images</i> Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat selama masa pandemi?
3. Dengan kondisi yang demikian apakah masih terdapat permasalahan yang terjadi?
4. Apakah mempertahankan <i>Brand Images</i> Selama masa pandemi sudah berjalan sesuai dengan yang hendak dicapai?
Perencanaan (<i>Planning</i>)
5. Bagaimana perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat melihat <i>Brand Images</i> selama masa pandemi ini?
6. Tindakan seperti apa yang dilakukan dari perencanaan yang ada untuk mempertahankan <i>Brand Images</i> selama masa pandemi?
7. Strategi apa yang dilakukan Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam mempertahankan <i>Brand Images</i> selama masa pandemi?
8. Bagaimana Humas Dinas Pariwisata Sumatera Barat menentukan sasaran dalam mempertahankan <i>Brand Images</i> Selama masa pandemi?
9. Selain humas siapa saja pihak di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat yang berperan dalam mempertahankan <i>Brand Images</i> selama masa pandemi?
10. Apa rencana humas Dinas Pariwisata Sumatera Barat ke depannya dalam mempertahankan <i>Brand Images</i> selama masa pandemi?
Komunikasi (<i>Communication</i>)
11. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Mempertahankan <i>Brand Images</i> selama masa pandemi?
12. Pesan seperti apa yang disampaikan tersebut?
13. Siapa saja yang menjadi sasaran dalam Mempertahankan <i>Brand Images</i> selama masa pandemi tersebut?
14. Sejauh ini bagaimana hubungan komunikasi atau kontak dengan masyarakat tentang <i>Brand Images</i> selama masa pandemi ini?
Evaluasi (<i>Evaluation</i>)
15. Bagaimana cara Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam memantau kemajuan dan mengevaluasi ?
16. Apa saja hasil yang telah dicapai dalam Mempertahankan <i>Brand Images</i> selama masa pandemi ini?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- | |
|--|
| 17. Apa saja kendala yang dihadapi Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Mempertahankan <i>Brand Images</i> selama masa pandemic dan bagaimana penyelesaiannya? |
| 18. Sejauh mana tingkah keberhasilan dalam mempertahankan <i>Brand Images</i> selama masa pandemi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat? |



UIN SUSKA RIAU

Lampiran 3

FOTO DOKUMENTASI



Wawancara Dengan Bapak Mulyadi Selaku Kepala Seksi Strategi Pemasaran Dan Band Pariwisata

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara Dengan Bapak Danil Selaku Kepala Seksi Analisis Data Pasar Pariwisata





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA BARAT
DINAS PARIWISATA

Jl. Khatib Sulaiman No 7 Telp. (0751) 7055183, 7055711, 446281
 Fax. (0751) 446282 Padang – Kode Pos 25137
<http://www.sumbar.travel> email : info@sumbar.travel

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

No. 002/Dispar-Sekrt/II-2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, menerangkan bahwa :

Nama	: DISYA FATRIANA
NIM	: 11743201401
Semester	: VII (Tujuh)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Bahwa yang tersebut diatas telah melakukan penelitian dan pengumpulan data di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat selama periode bulan Desember 2020 s/d Februari 2021 dengan judul **"Strategi Humas Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Meningkatkan Brand Images selama Masa Pandemi."**

Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 05 Februari 2021

An. Kepala Dinas
 Sekretaris


Ir. Taufik Ramadan, MM
 NIP. 19661229 199103 1 005



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS

DISYA FATRIANA, Dilahirkan di Kota Padang



tanggal 02 December 1998. Anak ketiga dari tiga bersaudara ini adalah putri dari pasangan bapak Suparyanto S.H dan ibu Arwita. Penulis menempuh pendidikan mulai dari TK Iqra Padang tamat pada tahun 2005, SD Negeri 20 Padang tamat pada tahun 2011, SMP Pembangunan Laboratorium UNP tamat pada tahun 2014, MAN 2 Padang tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan Konsentrasi Public Relations menyelesaikan masa studi hingga skripsi pada tahun 2021.

Penulis pernah aktif dalam organisasi internal kampus. Anggota Kementrian Komunikasi dan Informasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim angkatan 2018. Anggota Radio Suska FM sebagai penyiar angkatan 2019.

Semoga dengan penulisan tugas akhir ini mampu memberikan kontribusi positif dalam dunia pendidikan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Mempertahankan Brand Images Selama Masa Pandemi Covid-19”**